


Secrétariat d'Etat auprès du Ministère de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement chargé de l'Eau et de l'Environnement Département de l'Eau







Programme d'Appui à la Gestion Intégrée des Ressources en Eau

برنامج دعم التدبير المندمج للموارد المائية

## Cahier des Participants

# Module 2 :

# Méthodologie du Plan de Communication

Cycle de formation pour les chargés de communication





Auteurs : Lannel

Date : Mars 2010

giz

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

# Le Processus du Plan de communication PHASE 1 : Préparer




| AUDIT | DEFINITION STRATEGIQUE | CONSTRUCTION |
|---|---|---|
| ENVIRONNEMENT | OBJECTIFS | REPONSES AUX ? |
| SWOT | CIBLES | ANALYSES DE COHERENCE et RISQUES |
| COMMUNICATION | VALIDATION STRATEGIQUE | MISE EN FORME |





# Le Processus du Plan de communication PHASE 2 : Réaliser




| MISE EN ŒUVRE | REPORTING |
|---|---|
| DES ACTIONS PREVUES | COUT , TEMPS, QUALITE |
| DES JALONS | ACTIONS CORRECTIVES |
| DU SUIVI | |

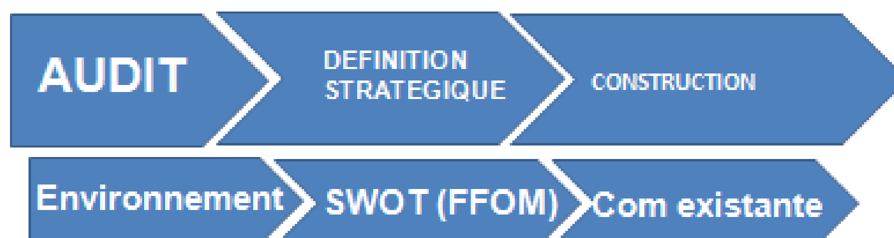
# Le Processus du Plan de communication
# PHASE 3 : Progresser



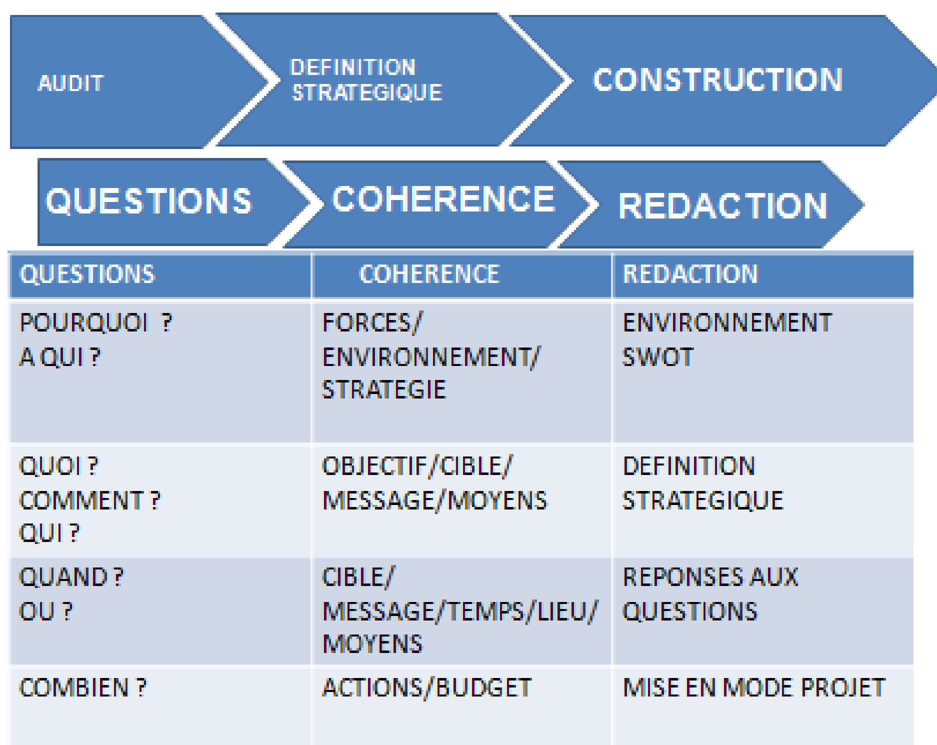

| EVALUER | ARCHIVER |
|---|---|
| ATTEINTE DES OBJECTIFS | TRACABILITE |
| LES ECARTS | CONSOLIDER DES DONNEES |
| LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT | MÉMOIRE COLLECTIVE |








| ENVIRONNEMENT | SWOT | COM EXISTANTE |
|---|---|---|
| VALEURS, TRADITIONS | NOS FORCES PROPRES | OUTILS (SITE WEB…) |
| FREINS A LA COMMUNICATION | NOS FAIBLESSES PROPRES | IMPACT |
| CONTEXTE INTERNATIONAL, NATIONAL ET LOCAL | LES OPPORTUNITES LIEES A NOTRE ENVIRONNEMENT | COM OPERATIONNELLE COM INSTITUTIONNELLE |
| LES LEVIERS DE REUSSITE | LES MENACES LIEES A NOTRE ENVIRONNEMENT | COHERENCE STRATEGIQUE/ CIBLES |




| QUESTIONS | COHERENCE | REDACTION |
|---|---|---|
| POURQUOI ?<br>A QUI ? | FORCES/<br>ENVIRONNEMENT/<br>STRATEGIE | ENVIRONNEMENT<br>SWOT |
| QUOI ?<br>COMMENT ?<br>QUI ? | OBJECTIF/CIBLE/<br>MESSAGE/MOYENS | DEFINITION<br>STRATEGIQUE |
| QUAND ?<br>OU ? | CIBLE/<br>MESSAGE/TEMPS/LIEU/<br>MOYENS | REPONSES AUX<br>QUESTIONS |
| COMBIEN ? | ACTIONS/BUDGET | MISE EN MODE PROJET |





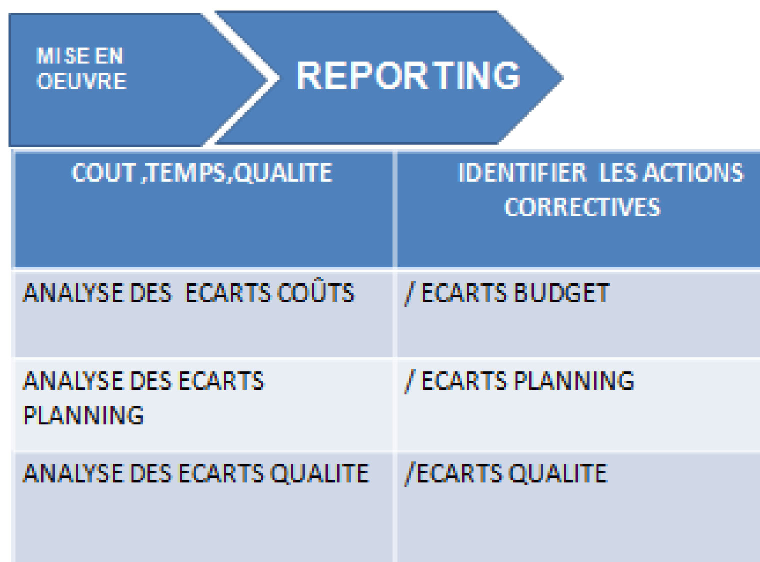
# Le Processus du Plan de communication PHASE 2 : Réaliser




| ACTIONS PREVUES | JALONS | SUIVI |
|---|---|---|
| ANTICIPER | CONTRÔLER LA BONNE MARCHE | LE PLANNING |
| PREPARER | ANTICIPER LES DIFFICULTES | LES COÛTS |
| FAIRE/ FAIRE-FAIRE | METTRE A JOUR LES CHECK- LISTS | LA QUALITE DES REALISATIONS |

agire

# Le Processus du Plan de communication PHASE 2 : Réaliser




| COUT ,TEMPS,QUALITE | IDENTIFIER LES ACTIONS CORRECTIVES |
|---|---|
| ANALYSE DES ECARTS COÛTS | / ECARTS BUDGET |
| ANALYSE DES ECARTS PLANNING | / ECARTS PLANNING |
| ANALYSE DES ECARTS QUALITE | /ECARTS QUALITE |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 11

agire

# Le Processus du Plan de communication PHASE 3 : Progresser




| ATTEINTE DES OBJECTIFS | ECARTS | RETOUR SUR INVESTISSEMENT |
|---|---|---|
| MESURE / OBJECTIFS SMART | COÛT / TEMPS | MESURE D'IMPACT |
| ANALYSE/ QUESTIONS | QUALITE (QUESTIONS) | ANALYSE/ CRITERES PREDEFINIS |
| ENQUETES | SOURCES/ CAUSES | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 12

agire

# Le Processus du Plan de communication PHASE 3 : Progresser




| TRACABILITE | CONSOLIDER LES DONNEES | MÉMOIRE COLLECTIVE |
|---|---|---|
| FORMALISER L'HISTORIQUE | BIBLIOTHEQUE | S'ENRICHIR DES EXPERIENCES |
| ACTIONS/CIBLES | BASES DE DONNEES INFORMATISEES | EVITER LES ERREURS |
| RAPPORT GLOBAL | ALIMENTER SITE WEB | IDENTIFIER LES SOLUTIONS |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 13

agire

# L'analyse FFOM (SWOT) TABLEAU DE SYNTHESE

**Moi**

| FORCES | FAIBLESSES |
|---|---|
| OPPORTUNITES | MENACES |

**Environnement**

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 19

agire

## Tableau de synthèse et identification des points de progrès

| Note | Institution | Note | Op externe | Note | Op interne |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 23

agire

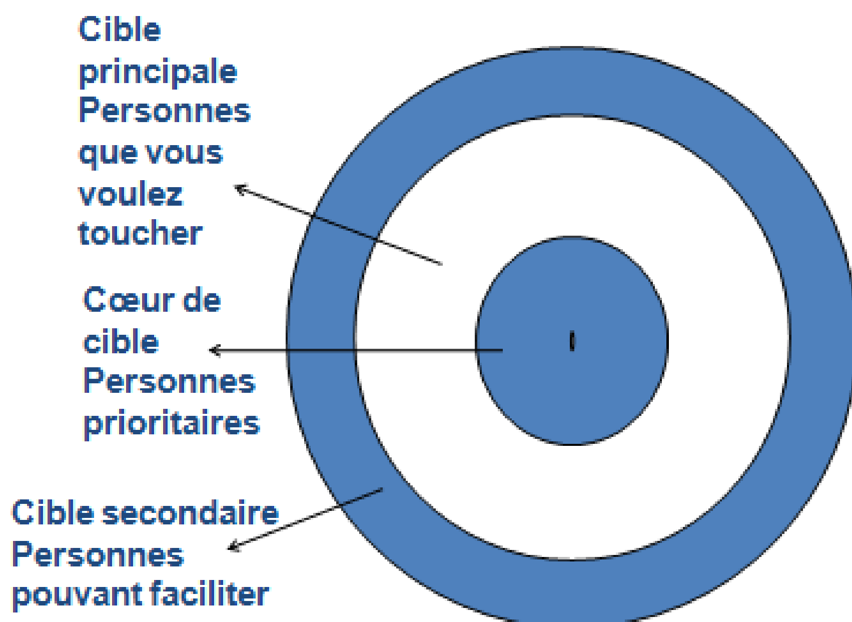
## Définissez votre objectif

| OBJECTIFS | DESCRIPTION SYNTHETIQUE | COHERENCE STRATEGIQUE |
|---|---|---|
| N° | | |
| N° | | |
| N° | | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 37

agire

## Méthode 1 : Les 3 Cibles du Plan




gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION | 29 & 30.03.2010 | Slide 41

agire

## Méthode 2 : Cibles réelles et apparentes

**1. CIBLE REELLE : Celle que vous voulez vraiment atteindre (cœur/prioritaire)**

**2. CIBLE APPARENTE : Celle avec laquelle vous communiquez et qui va vous aider à atteindre la ou les cibles réelles**

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION | 29 & 30.03.2010 | Slide 1

agire

## Définissez vos cibles et leurs rôles

| CIBLES | Cœur/Prioritaire/ Secondaire | Réelle/ Apparente | Prescripteur/ Relais/ Influence Autre |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 44

agire

## Votre Objectif/Cible

| Question Qu'est ce que je veux | Réponses |
|---|---|
| Faire Savoir à ma cible ? | |
| Transmettre comme sentiment à ma cible ? | |
| Que ma cible fasse ? | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 47

agire

## Votre Objectif/Cible

|  |  |  |
|---|---|---|
| Favorable |  |  |
| Opposé |  |  |
|  | Subit | Agit |



agire

## Phase 1. Diagramme des opinions

|  | INFORMER | CONCERTER | PARTICIPER | IMPLIQUER |
|---|---|---|---|---|
| Stratégie | Ne pas renforcer l'opposition | Provoquer l'adhésion | Renforcer l'adhésion | Obtenir le message |
| Public | Publics opposés | Publics plutôt opposés | Publics plutôt favorables | Publics favorables |
| Action | Réunions d'information, documents | Réunions d'échange | Réunion de travail, visites terrain | Témoignage, relais d'information |

agire

## Phase 1. Diagramme des opinions

| | INFORMER | CONCERTER | PARTICIPER | IMPLIQUER |
|---|---|---|---|---|
| Cible 1 | | | | |
| Cible 2 | | | | |
| Cible 3 | | | | |
| Cible 4 | | | | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 49

agire

## Anticiper les résistances (risque)

| Cibles | Résistances possibles |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |

gtz MODULE 2 METHODOLOGIE DU PLAN DE COMMUNICATION 29 & 30.03.2010 Slide 25